

bloopper 

TÍTULO

Blooper

PALABRAS CLAVE

app, spot, cine, campaña

TITULACIÓN

Comunicación Audiovisual

AUTORA

Antía Fernández Rodríguez

TUTORA

Sandra Martínez Costa

CURSO ACADÉMICO

2021/2022

RESUMEN

Blooper es una app destinada a dispositivos Android que tiene como objetivo reunir todas las funciones necesarias para los amantes del cine en una misma plataforma. El proyecto consta del prototipo de la aplicación, un spot publicitario, una página web y una campaña de comunicación en redes.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN	5	7. REFERENCIAS	22	9.6 ASO	37
2. OBJETIVOS	7	7.1 Diseño	22	9.7 El prototipo	38
3. PÚBLICO OBJETIVO	9	7.2 Funciones	23	10. EL VÍDEO PUBLICITARIO	39
4. ANÁLISIS DE MERCADO	12	8. IMAGEN DE MARCA	26	10.1 Proceso de creación	40
5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA	15	8.1 Nombre	26	11. LA PÁGINA WEB	44
5.1 Letterboxd	15	8.2 Paleta de colores	26	12. LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN	46
5.2 IMDb	16	8.3 Icono y logotipo	27	12.1 Plan de medios	46
5.3 Otras	17	8.4 Mascota	29	12.2 Calendario de medios	47
6. ANÁLISIS DAFO	19	9. LA APLICACIÓN	30	13. PRESUPUESTO	50
6.1 Debilidades	19	9.1 Estructura	30	14. CONCLUSIONES	52
6.2 Amenazas	19	9.2 Arbol de navegación	31	ANEXOS	53
6.3 Fortalezas	20	9.3 Viaje del usuario	32	BIBLIOGRAFÍA	54
6.4 Oportunidades	20	9.4 Wireframes	35		
		9.5 Diseño	36		

1. Introducción

1. INTRODUCCIÓN

Desde las primeras proyecciones realizadas por los hermanos Lumière en el siglo XIX, el cine se ha convertido en una de las formas de arte y entretenimiento más influyentes en la sociedad a lo largo de los años.

Con la aparición de los servicios de *streaming* y las plataformas VOD, han surgido todo tipo de aplicaciones relativas a esta forma de entretenimiento que nos indican dónde encontrar cierta película o serie, leer opiniones u ordenar nuestros títulos.

Blooper es una aplicación móvil centrada en el intercambio de opiniones sobre series y películas que busca reunir todas las funciones necesarias para los amantes del cine. El prototipo final se puede consultar en el siguiente enlace:

<https://xd.adobe.com/view/00a72606-de2c-44fc-a6c2-7a2a26779b29-55f4/?fullscreen>

La plataforma permitirá a cada usuario tener un perfil personalizado con diversas listas en base a sus intereses, seguir la actividad de sus amigos, realizar retos diarios con los que conseguir logros, recibir recomendaciones, publicar reseñas, consultar información acerca de cada título, estar al tanto de estrenos y novedades, etc.

Con el fin de promocionar el lanzamiento de la aplicación, se ha realizado un spot animado, una página web y una estrategia para medios de comunicación centrándose de manera particular en las redes sociales y en la plataforma de descarga de aplicaciones móviles de Android.

2. Objetivos

2. OBJETIVOS

El objetivo principal de blooper es mantener actualizados y conectados a los amantes del cine, ofreciendo continuamente nuevo contenido personalizado en base a los gustos de cada usuario.

Además, blooper también se presenta como una herramienta organizativa, ya que cada usuario podrá crear diversas listas en función de sus intereses.

El **spot** animado tiene como objetivo publicitar y presentar las principales funciones de blooper a través de las plataformas de descarga de aplicaciones móviles y redes sociales, llegando así a la mayor cantidad posible de público objetivo y convirtiéndose en una app de referencia entre los amantes del cine.

Mediante la **campaña de comunicación** también se pretenden demostrar los conocimientos adquiridos sobre estrategias de comunicación en redes sociales y su gran importancia para que un producto se dé a conocer.

Por otra parte, el **diseño** es un factor con gran importancia dentro de la app, por lo que blooper es una demostración de los conocimientos adquiridos en diseño gráfico aplicados a los soportes móviles.

3. Público objetivo

3. PÚBLICO OBJETIVO

El público objetivo de la app engloba a todos aquellos consumidores habituales de contenido relacionado con el mundo del cine y las series de ficción.

El **rango de edad** está comprendido entre los 16 y 40 años, independientemente de su género, ya que son los usuarios habituales de aplicaciones móviles; este rango es indicativo, ya que cualquier aficionado al cine que disponga de un dispositivo móvil podría estar interesado en la app.

Generalmente, se trata de usuarios con un **nivel económico** medio/alto, ya que suelen estar suscritos a una o más plataformas VOD como Netflix, HBO o Amazon Prime Video, cuyas apps tienen instaladas en sus dispositivos móviles.

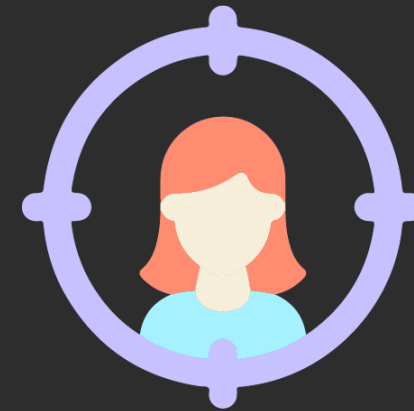
Son usuarios que están acostumbrados a utilizar **aplicaciones sociales** para mantenerse informados y conectados con la actualidad. Disponen de apps organizativas en su día a día y les gusta llevar la cuenta de los progresos que realizan en distintos ámbitos, especialmente en lo que se refiere al sector cultural. Son usuarios de apps como Twitter, TikTok, Letterboxd o Goodreads.

Son personas informadas sobre las novedades del mundo actual y del cine. Suelen utilizar plataformas como Filmaffinity o IMDb para consultar información sobre cada título antes de ver cualquier producto audiovisual.

Los usuarios utilizarían la app mayoritariamente por la noche, ya que es cuando disponen de más tiempo

libre, tanto para obtener recomendaciones sobre qué contenido ver como para organizar sus listas o valorar un título que acaban de visualizar.

La app estará disponible de forma gratuita en la principal plataforma de descarga de aplicaciones de Android, pero inicialmente solo se desarrollará en castellano, por lo que un requisito fundamental a la hora de utilizar la app será un dominio intermedio del idioma.



16 - 40



4. Análisis de mercado

4. ANÁLISIS DE MERCADO

El mercado de descarga de apps es cada vez más amplio debido al continuo crecimiento de la cantidad de usuarios de dispositivos móviles, cuya cifra supera los 5 mil millones en el mundo (Ditrendia, 2021).

Actualmente, las principales plataformas de descarga de apps son **Google Play Store** y **Apple App Store**, dominando el 99,9% del mercado. Según Gartner, la cuota de mercado de Android representa el 85,9%, mientras que la de iOS alcanza tan solo el 14% (Ditrendia, 2021).

La pandemia provocó que en el año 2020 se batiese el récord de consumo de apps: el gasto de los usuarios de las principales plataformas de descarga alcanzó la cifra de 143 mil millones de dólares, un 7% más que en 2019, con un total de 218 mil millones de

descargas en todo el mundo (SaaS Rank, 2021).

El incremento de tiempo de uso diario de estos dispositivos también es fundamental. El informe sobre dispositivos móviles de Ditrendia realizado en 2021 revela que cada usuario dedica una media de 4 horas y 10 minutos al día al móvil, lo que supone un 20% más que hace un año; además, el 44% de este tiempo se emplea en aplicaciones sociales, las cuales son las más utilizadas al mes en el mundo, solo superadas por las apps de mensajería.

Otro dato a tener en cuenta para el estudio de mercado de la app es la nueva forma de consumo de películas y series mediante plataformas de vídeo bajo demanda que han aparecido en los últimos años, las cuales han superado los 100 millones de

suscriptores en 2019 con Netflix y Amazon Prime como grandes beneficiados.

Además, la pandemia ha provocado un gran incremento en el consumo de contenido audiovisual. Según la guía de consumo de JustWatch, las principales plataformas VoD experimentaron un crecimiento del 210% respecto al 2019.



5. Competencia

5. ANÁLISIS DE LA COMPETENCIA

5.1 Letterboxd

Letterboxd es la app más similar a blooper que encontramos en el mercado. Está disponible tanto para iOS como para Android y actúa como una red social de intercambio de gustos y opiniones entre amantes del cine.

Entre las funciones principales de Letterboxd, destaca la posibilidad de puntuar películas y escribir reseñas, obtener información sobre cada título, crear listas y seguir la actividad de otros usuarios para descubrir nuevo contenido. Además, también ofrece listas creadas por la propia aplicación ordenadas por género, fecha o popularidad.

Sin embargo, Letterboxd se centra exclusivamente en el cine, dejando de lado el mundo de las series de

ficción. Además, esta app solo se encuentra disponible en inglés, por lo que es necesario dominar el idioma para poder aprovechar al máximo las funciones que ofrece.

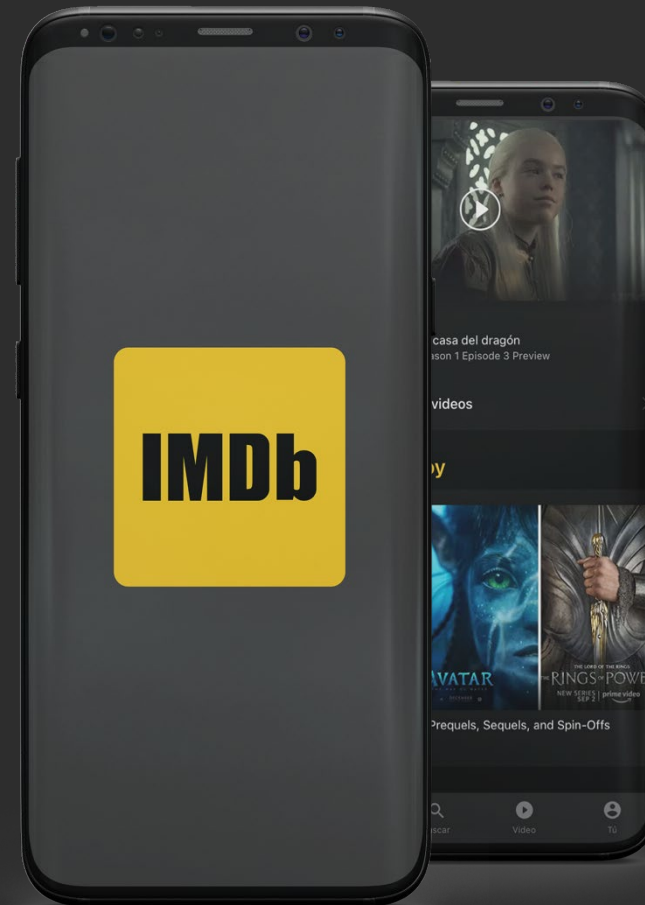


5.2 IMDb

Actualmente, **IMDb** es la base de datos de películas más grande del mundo y su plataforma principal se encuentra en la web, aunque también dispone de una app para iOS y Android.

Igual que Letterboxd, permite puntuar y escribir reseñas, obtener datos sobre cada película y crear listas. Además, también incluye en su catálogo programas de televisión y series de ficción, por lo que su biblioteca es mucho más amplia.

Sin embargo, esta plataforma tiene un carácter más informativo, centrándose en las últimas noticias sobre cine y dejando de lado esa faceta de red social, ya que no permite seguir la actividad ni interactuar con otros usuarios.



5.3 Otras

Entre otras aplicaciones que podrían ser competencia de blooper se encuentran **TVSofa** y **TV Time**, ambas muy similares entre sí. Las dos permiten crear calendarios personalizados y programar alertas para el estreno de nuevos capítulos, crear listas y consultar información sobre cada título.

También destaca **Sensacine**, que cuenta con unas funciones muy parecidas a las demás con la novedad de poder localizar las películas y los cines más próximos con ayuda del GPS del móvil. O **Justwatch**, una aplicación especializada en indicar en qué plataformas se puede visualizar un determinado contenido según la región en la que se encuentre el usuario.



6. Análisis DAFO

6. ANÁLISIS DAFO

6.1 Debilidades

- Tiempo de dedicación del usuario para aprovechar todas sus funciones, ya que cuanto más se interactúe con la app, de mayor calidad serán las recomendaciones.

- El idioma, ya que la aplicación solo estará disponible en castellano, lo que reduce las opciones de mercado.

- El mantenimiento de la app tiene que ser constante debido al nuevo contenido audiovisual que se genera día a día, por lo que es necesario contar con suficiente equipo humano.

- Falta de financiación necesaria para darse a conocer y hacerse un hueco en el mercado.

6.2 Amenazas

- La cantidad de aplicaciones existentes en el mercado que proporcionan algunas de las funciones incluidas en la app como la creación de listas o la publicación de reseñas, además de las grandes bases de datos de contenido que incluyen en sus catálogos debido a la cantidad de tiempo que llevan en el mercado.

- La vuelta a la normalidad tras el confinamiento ha provocado que los usuarios dediquen menos tiempo a ver contenidos audiovisuales, por lo que estarán menos interesados en seguir y puntuar series y películas.

- Reducción del tiempo de uso de apps con respecto al confinamiento.

6.3 Fortalezas

- La diversidad de funciones que ofrece, agrupando en una misma aplicación todas aquellas necesidades de cualquier amante del cine y de las series.
- La interfaz, centrada en un diseño simple e intuitivo que fomenta la interactividad con el consumidor, así como la facilidad de uso.
- Reúne en una misma app la mayoría de funciones disponibles en aplicaciones de la competencia.
- La diversidad de usuarios de la app, ya que cualquier persona aficionada al cine o a las series podría estar interesado en usarla.

- Fidelidad en los usuarios debido a la gamificación a través de los trofeos obtenidos por realizar los retos propuestos por la app.
- La sensación de pertenencia a una comunidad gracias a la parte social de la app.

6.4 Oportunidades

- Actualmente, es la única red social para amantes del cine y las series disponible en castellano.
- Mayor consumo audiovisual gracias a las plataformas de vídeo bajo demanda.

7. Referencias

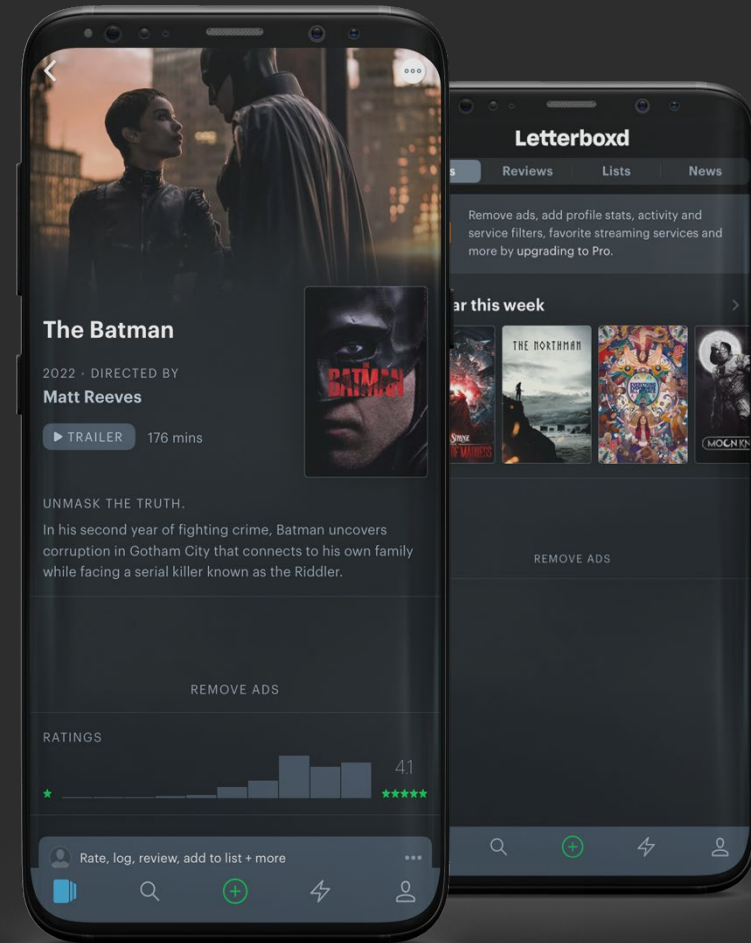
7. REFERENCIAS

7.1 Diseño

El diseño de blooper ha sido creado tomando referencias de otras aplicaciones con temáticas similares.

La más representativa es **Letterboxd**, ya que presenta un diseño donde prima la presencia de imágenes sobre un fondo oscuro que genera un ambiente cinematográfico.

Además, también se ha tomado como referencia el diseño de organización de listas y algunos elementos de otras secciones como las fichas de las películas.



7.2 Funciones

Algunas funcionalidades de blooper también están inspiradas en otras aplicaciones.

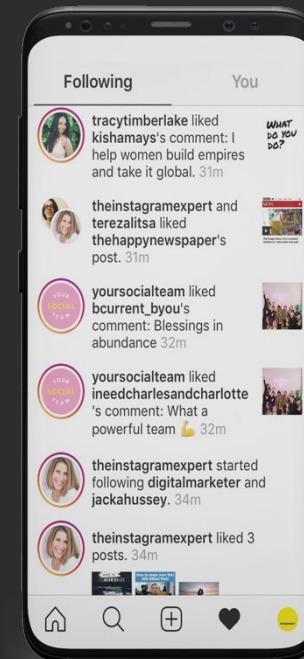
Este es el caso de **Shuffle**, el modo de recomendación personalizado en base a los gustos e intereses de cada usuario. Para esta funcionalidad, se tomó como referencia el modo de recomendación de **Alibrato**, una app similar a blooper pero con los libros como temática principal.



Para la funcionalidad de recomendación de usuarios dentro del modo Shuffle, se ha tomado como referencia la función almas gemelas de la web **Filmaffinity**, la cual muestra los perfiles más afines a cada usuario en función de las puntuaciones que han dado a series o películas.



Tanto para la actividad de los amigos de cada usuario como para las notificaciones de la sección social, se tomó como referencia la antigua función de **Instagram** donde se mostraba la actividad del propio usuario y de sus amigos.



8. Imagen de marca

8. IMAGEN DE MARCA

8.1 Nombre

El nombre de la app es “blooper”, que adquiere el significado de “toma falsa” en el mundo cinematográfico. Se ha elegido este nombre, además de por su relación con la temática, por hacer referencia a un término que refleja el tono informal y desenfadado de la app.

8.2 Paleta de colores

La app se compone de una gama cromática de **seis colores:**

El lila es el color principal y el más representativo de la app. Todos los botones con los que se puede interactuar son de este color. El segundo que predomina es el azul, del cual se utilizan dos tonos: uno para la división de pantallas dentro de cada

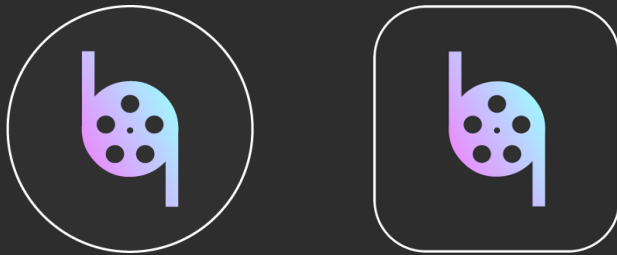
sección del menú y otro para la mascota. El coral, por otra parte, es el color característico de las votaciones.

Por último, se han utilizado varios tonos de gris: el más oscuro para el fondo, el intermedio para la división de secciones dentro de una misma pantalla y el más claro para la letra.



8.3 Icono y logotipo

El **icono** de la app está formado por una *p* y una *b* que se unen en el bucle de las dos letras, donde se simula una cinta de cine en relación con la temática de la app. Está compuesto por dos colores cuya mezcla se une en el centro, dando lugar al característico lila de la aplicación. Existen dos versiones dependiendo de los temas de personalización de Android.



El **logo** está formado por el nombre de la app con la tipografía *Abeat by Kai*, con un diseño redondeado acorde con la sonoridad del nombre y del concepto de la app, junto con el icono.

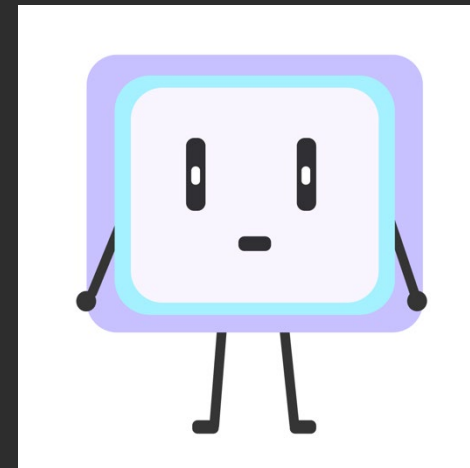
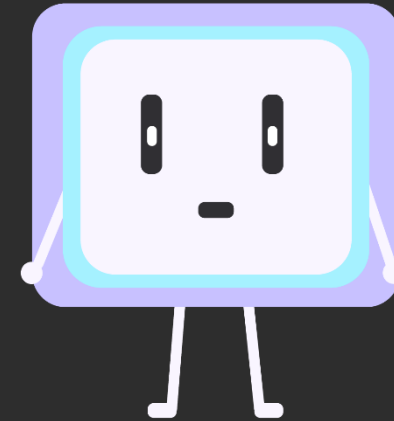


8.4 Mascota

La **mascota** de blooper es otro de los aspectos fundamentales de la imagen de marca debido a su relevancia en el spot y en la campaña de comunicación, además de aparecer en las primeras pantallas de la aplicación.

Su diseño se ha basado en una televisión que hace referencia a uno de los medios más típicos de consumo de series y películas. Los colores elegidos para la mascota son el lila y el azul, los dos más representativos de la marca.

Hay dos versiones: la principal, utilizada sobre el gris oscuro característico de la app, y la adaptada a fondos blancos o de colores claros.



9. La aplicación

9. LA APLICACIÓN

9.1 Estructura

El menú de la app está estructurado con los siguientes cinco apartados:

- Pantalla de inicio en la que aparecerán las listas más populares de la semana, estrenos y novedades.
- Pestaña de exploración en la que buscar cualquier título, lista o usuario, además de otras opciones como un modo shuffle de recomendación de contenido en base a los intereses y gustos de cada usuario.
- Pantalla de retos como adivinanzas, preguntas o juegos sobre series y películas. Al conseguir cada reto, se ganará un logro que se almacenará en el perfil.
- Sección de tipo social en la que se muestra toda la actividad de los amigos agregados como sus reseñas publicadas, últimos títulos vistos o modificaciones en sus perfiles.
- Ventana de perfil de usuario con su avatar y nombre, además de toda la información sobre las listas de contenido, seguidores o reseñas publicadas.

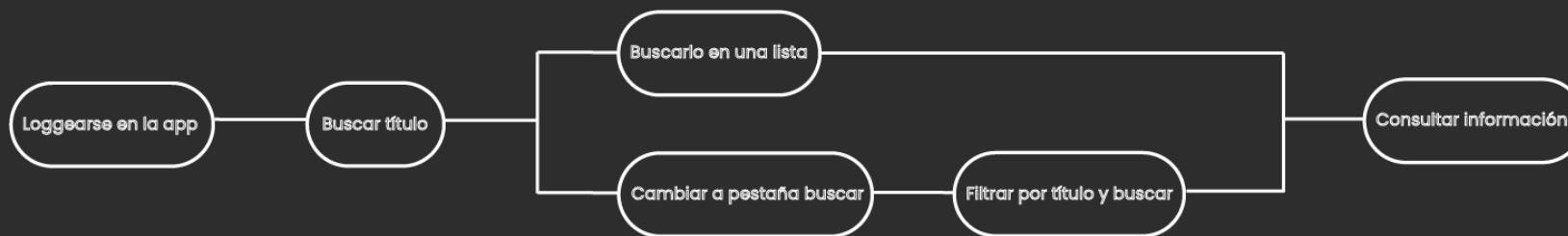
9.2 Árbol de navegación



9.3 Viaje del usuario

Con el objetivo de establecer los pasos necesarios que deberá realizar cada usuario para completar ciertas acciones fundamentales dentro de la app, se ha creado un esquema del viaje del usuario a través de distintas pantallas:

- **Consultar información sobre un título**



Escenario:

- Físico: cualquier lugar
- Temporal: antes de ver una serie o película

- Escribir una reseña



Escenario:

- Físico: cualquier lugar
- Temporal: después de ver una serie o película

- Añadir un título a una lista

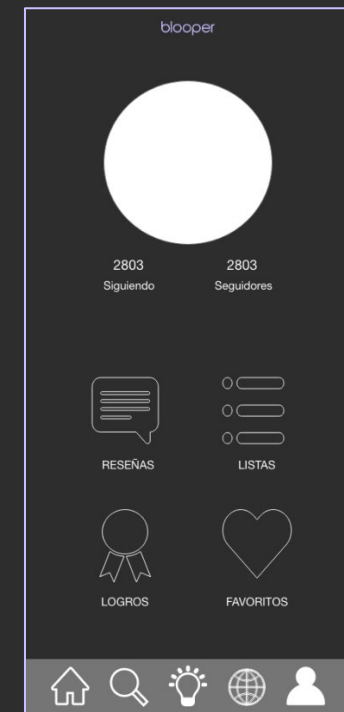
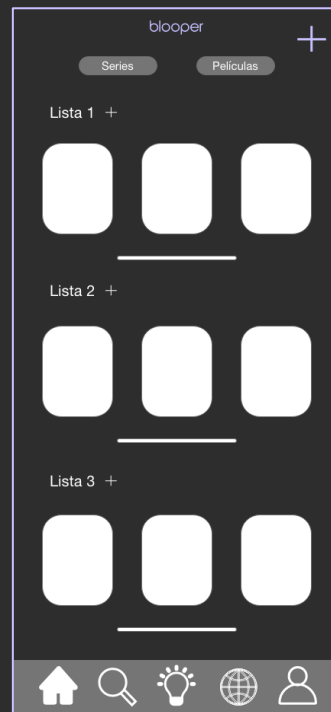
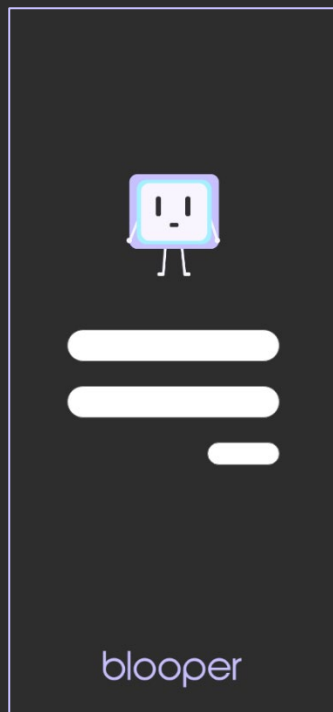


Escenario:

- Físico: cualquier lugar
- Temporal: antes o después de ver una serie o película

9.4 Wireframes

El primer paso para definir el diseño visual y funcional de la aplicación ha sido realizar wireframes de las pantallas principales. Estos no son definitivos, ya que se han ido adaptando según se realizaba el diseño de la app. Se puede acceder a ellos en el documento anexo *Wireframes*.



9.5 Diseño

Blooper tiene un diseño minimalista y visual donde destaca la presencia de imágenes de acuerdo con la temática del cine y las series de ficción. Este diseño está inspirado en otras aplicaciones como Letterboxd o IMDb.

La guía **Material Design** para Android ha sido clave a la hora de definir el diseño de blooper, ya que se han seguido todas sus indicaciones para que la aplicación fuese realmente funcional.

Las formas, la tipografía y los iconos dentro de la app presentan un aspecto redondeado, igual que el logotipo, la mascota o el icono de la propia aplicación.



9.6 ASO

El ASO (App Store Optimization) corresponde al posicionamiento realizado en las plataformas de descarga de aplicaciones con el objetivo de optimizar una app para aumentar al máximo su visibilidad, incrementando así el tráfico y el número de descargas.

Los factores de posicionamiento **ASO On Site** son aquellos que están relacionados directamente con la aplicación. Se trata de elementos como el título, la descripción o las palabras clave.

En este caso, el título de la app en Google Play será “blooper: intercambio social de series y películas” y la descripción será “Descubre, organiza y comparte tus películas y series de ficción favoritas”. La ficha contará con el vídeo promocional y con imágenes describiendo las principales funciones de la app.

El **ASO Off Site**, por otra parte, se compone de aquellos elementos que no se pueden controlar de forma directa. Para favorecer la app en este aspecto, se ha realizado un spot promocional, una página web y un plan de comunicación en redes sociales.

9.7 El prototipo

El proceso de prototipado de la aplicación es el último paso antes de comenzar a desarrollarla. En él, se puede apreciar el funcionamiento final de las principales pantallas de la app y corregir los errores de diseño y usabilidad sin tener que entrar en el terreno de la programación.

Con este mismo objetivo, diez personas han realizado un **test de usabilidad** que consistía en completar una serie de pasos dentro de la aplicación. Con los resultados se ha generado un **informe de usabilidad** y se han corregido aquellos errores observados en las pruebas. Se puede acceder al modelo de la prueba, a los tests realizados y al informe de usabilidad en los anexos.

El prototipo final de blooper se ha creado con el programa Adobe XD y se puede consultar en el siguiente enlace:

<https://xd.adobe.com/view/00a72606-de2c-44fc-a6c2-7a2a26779b29-55f4/?fullscreen>.

Se pueden ver todas las pantallas que conforman el prototipo de la app en el anexo *Pantallas de la aplicación* y el vídeo de navegación del prototipo en el anexo *Vídeo de navegación*.

10. El vídeo publicitario

10. EL VÍDEO PUBLICITARIO

El vídeo publicitario es una parte fundamental de la campaña de comunicación de la aplicación a través de redes sociales. Su misión principal es resumir las principales funciones de blooper para que lleguen hasta nuestro público objetivo.

10.1 Proceso de creación

El primer paso para comenzar el proceso de creación del vídeo publicitario fue apuntar las **funciones más relevantes** para incluirlas en el spot. Estas fueron las elegidas:

- Informarse sobre las últimas novedades de las plataformas favoritas de los usuarios.

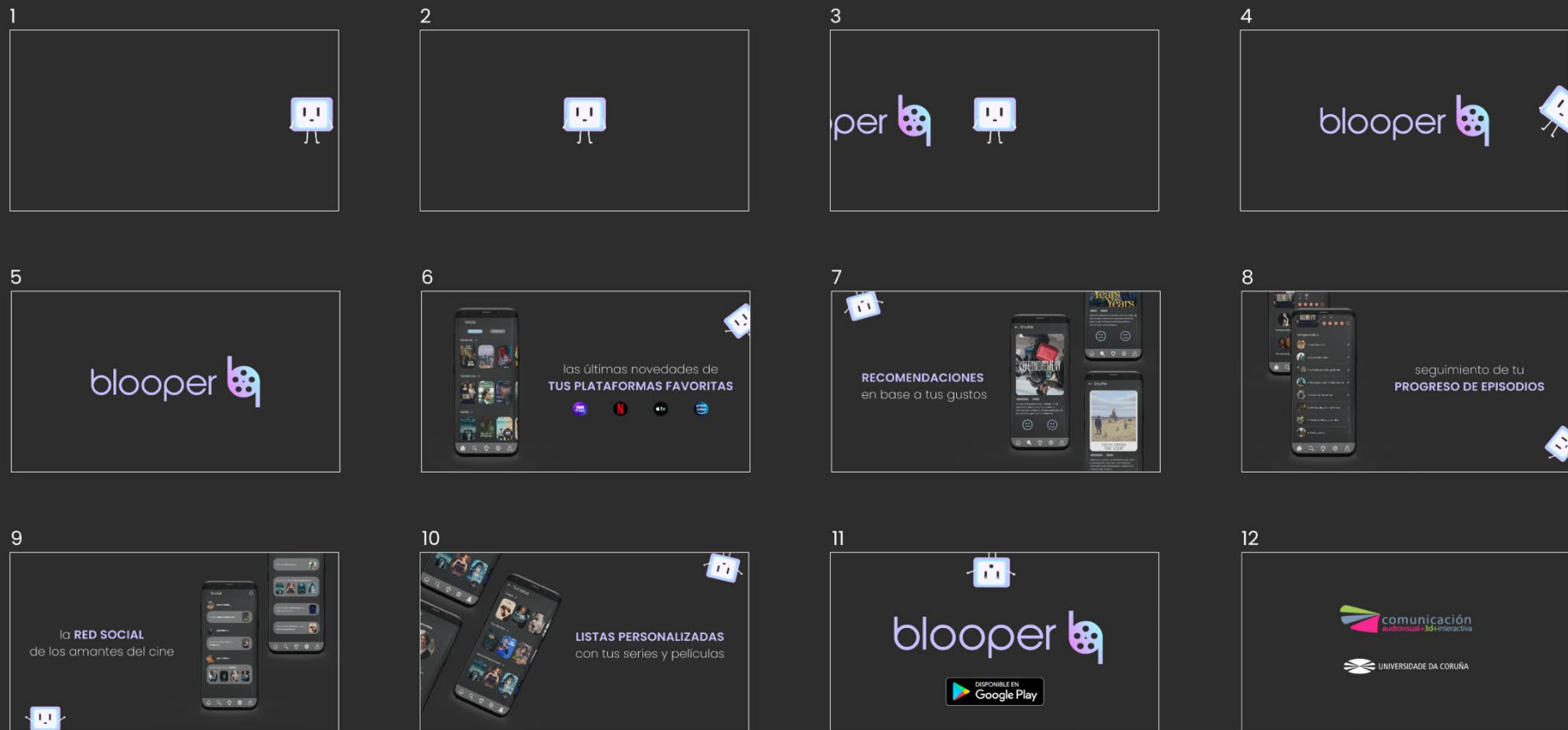
- Obtener recomendaciones personalizadas en base a los gustos de cada perfil, destacando la función Shuffle.

- Sistema de seguimiento del progreso de episodios de cada título.

- Función de red social donde poder enterarse de toda la actividad de los perfiles seguidos.

- Creación de listas personalizadas para administrar las series y películas.

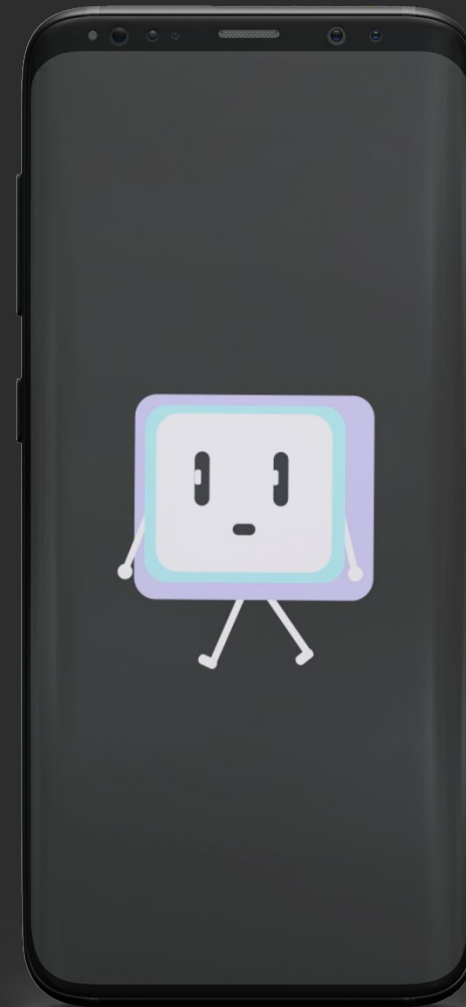
Una vez se establecieron estas funciones, lo siguiente fue realizar un **storyboard** con las principales pantallas que se iban a mostrar en el vídeo.



Tras realizar el storyboard, el siguiente paso fue crear el vídeo. Para este proceso, se ha utilizado el programa Adobe After Effects 2022, donde se han añadido los mockups con imágenes y vídeos de la app junto con sus funciones, además de la mascota de la aplicación, presente a lo largo del vídeo publicitario.

Una vez finalizado y exportado, se abrió en Adobe Premiere Pro 2021 para añadir los efectos de sonido y la música. Algunos de estos efectos son propios, mientras que otros se han extraído de bancos de sonido como Freesound.

Se puede acceder al vídeo publicitario completo en el anexo *Vídeo Publicitario*.



11. La página web

11. LA PÁGINA WEB

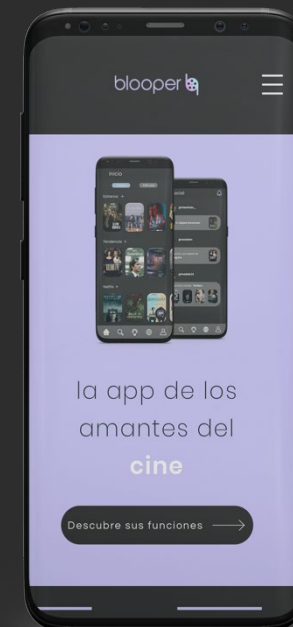
La página web, de estilo single-page y con un diseño optimizado para ordenadores y *smartphones*, tiene como objetivo informar de las principales funciones de la aplicación. En ella, los usuarios podrán ver el spot y probar el prototipo antes del lanzamiento.

Una vez que la app esté disponible para su descarga, se irán añadiendo actualizaciones de la aplicación,

contenido multimedia y se sustituirá el enlace al prototipo por un código QR que dirigirá al usuario directamente a Google Play para descargar blooper.

La página está disponible en el siguiente enlace:

<https://appblooper.wixsite.com/blooper>



12. La campaña

12. LA CAMPAÑA DE COMUNICACIÓN

12.1 Plan de medios

Hoy en día, realizar una buena campaña de comunicación es fundamental para darse a conocer en el mercado y más si se trata de un producto audiovisual. En el caso de las aplicaciones móviles, es indispensable utilizar las redes para atraer a nuestro público objetivo y marcar una diferencia entre nuestro producto y el resto de aplicaciones del mercado.

La campaña está dirigida al público objetivo de blooper, el cual abarca desde los 16 hasta los 40 años. El plan de medios de la campaña se centrará principalmente en tres **redes sociales**: Instagram, Twitter y TikTok. En cada una de ellas se subirá contenido acorde al público de la aplicación y las características de cada plataforma. Esta elección se

debe a que los usuarios de estas tres redes abarcan prácticamente la totalidad de nuestro target, por lo que así podremos llegar a la mayor cantidad de gente posible. Además, también se realizarán **colaboraciones** con medios especializados ya asentados y se utilizará la **página web** para publicitar el lanzamiento de la aplicación.

La campaña de comunicación para preparar el lanzamiento de la aplicación durará un mes y medio. Comenzará en octubre, medio mes antes de este, y terminará en diciembre, un mes después.

Se puede acceder a la información completa sobre la campaña en el anexo *Campaña de comunicación*.

12.2 Calendario de medios

Mes	OCTUBRE														
Días	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	31
Instagram															
Apertura	■														
Presentación - Publicación		■													
Seguimiento de usuarios		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Promoción web - Historias		■													
Banners funciones app - Historias			■				■			■		■			■
Cuenta atrás - Historias										■			■		■
Reposteo de publicaciones - Historias			■	■					■	■	■	■	■	■	■
Recomendaciones semanales - Publicación								■							
¿Qué ver en ...? - Publicación												■			
Fotogramas - Publicación									■		■		■		
Contenido variable															
Twitter															
Apertura	■														
Tweet de presentación		■													
Seguimiento de usuarios		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Promoción web		■													
Cuenta atrás										■			■		■
Funciones app			■				■		■			■			■
Recomendaciones semanales								■							
¿Qué ver en ...?												■			
Fotogramas									■		■		■		
Contenido variable															
TikTok															
Apertura	■														
Seguimiento de usuarios		■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■	■
Clip de presentación con la web		■													
Clip ventajas de la app			■				■		■			■			■
Curiosidades											■				
Recomendaciones semanales								■							
¿Qué ver en ...?												■			
Contenido variable															
Página web															
Apertura	■														

Mes	NOVIEMBRE																														
Días	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	22	23	24	25	26	27	28	29	30	
Instagram																															
Video promocional - Publicación	█																														
Recortes vídeo - Historias																															
Reto diario - Historias																															
Top semanal películas - Publicación																															
Banners funciones app - Historias																															
Sorteo - Publicaciones																															
Reposteo de publicaciones - Historias																															
Recomendaciones semanales - Publicación																															
¿Qué ver en ...? - Publicación																															
Fotogramas - Publicación																															
Encuestas - Historias																															
Top mensual películas - Publicación																															
Top mensual series - Publicación																															
Actualizaciones - Historias																															
Contenido variable																															
Twitter																															
Video promocional	█																														
Reto diario																															
Top semanal películas																															
Sorteo Instagram																															
Top mensual series																															
Top mensual películas																															
Encuestas																															
Funciones app																															
Recomendaciones semanales																															
¿Qué ver en ...?																															
Fotogramas																															
Actualizaciones																															
Contenido variable																															
TikTok																															
Video promocional	█																														
Recortes vídeo																															
Top semanal películas																															
Top mensual películas																															
Top mensual series																															
Clip ventajas de la app																															
Curiosidades																															
Recomendaciones semanales																															
¿Qué ver en ...?																															
Actualizaciones																															
Contenido variable																															
Página web																															
Actualizaciones																															

13. Presupuesto

13. PRESUPUESTO

El presupuesto resume los gastos de recursos humanos, procesos y materiales necesarios para llevar a cabo el proyecto. Se puede ver completo en el anexo *Presupuesto*.

APP Y WEB	
TIPO	COSTE
Equipo humano	10000
Procesos	9700
Materiales	44
TOTAL	19744

SPOT Y CAMPAÑA	
TIPO	COSTE
Redes sociales	672
Equipo humano	13760
Procesos	3000
Market	25
TOTAL	17457

RESUMEN TOTAL	
TIPO	COSTE
App y web	19744
Spot y campaña	17457
TOTAL	37201

14. Conclusiones

14. CONCLUSIONES

Blooper empezó como una red social para los amantes del cine y de las series. En un principio, la aplicación iba a ser más simple, pero a medida que fue avanzando el proyecto y se observó la competencia, se fueron agregando funcionalidades como los retos y logros, el seguimiento del progreso de episodios o el modo de recomendaciones personalizadas. Todos estos elementos fomentan la interactividad y crean un vínculo más cercano con el usuario, diferenciando blooper de otras aplicaciones ya presentes en el mercado.

Para realizar este proyecto, se han utilizado los conocimientos adquiridos en muchas asignaturas del grado: diseño aplicado para la imagen de marca, aplicaciones móviles para la creación del prototipo de blooper, herramientas web para la página de la

aplicación, montaje y ambientación sonora para realizar el vídeo...

A lo largo del TFG, también se han ido adquiriendo nuevos conocimientos en varios ámbitos, sobre todo en lo referente a todo el proceso de diseño UX/UI para crear un prototipo usable y a estrategias de campañas de comunicación en redes sociales, una parte que no se tenía tan en cuenta en un principio y que ha resultado ser fundamental para el proyecto.

ANEXOS

1. Wireframes

9. Presupuesto

2. Pantallas de la aplicación

3. Vídeo de navegación

4. Modelo test de usabilidad

5. Tests de usabilidad

6. Informe de usabilidad

7. Vídeo publicitario

8. Campaña de comunicación

BIBLIOGRAFÍA

Cine&Tele. (23 de noviembre de 2020). *Las plataformas en España, un mercado al borde de la saturación.*

Obtenido de Cine&Tele: <https://www.cineytele.com/2020/11/23/las-plataformas-en-espana-un-mercado-al-borde-de-la-saturacion/>

Craig Chapple. (enero de 2022). *European Consumer Spending in Mobile Apps Grew 23% in 2021 to More Than \$18 Billion.* Obtenido de Sensor Tower: <https://sensortower.com/blog/european-app-revenue-and-downloads-2021/>

Ditrendia. (2021). *Informe ditrendia: Mobile en España y en el Mundo 2021.*

Labelium. (7 de mayo de 2020). *Era pos-COVID-19: Nuevos hábitos de consumo en el entorno audiovisual digital.*

Obtenido de Labelium: <https://www.labelium.com/blog/es/consumo-audiovisual-digital-poscovid/>

Google. (2018). *Material Design.* Obtenido de: <https://material.io/design>

SaaS Rank. (2021). *Datos y estadísticas de SaaS y mercado de las apps en 2021.*

Obtenido de Saas Rank: <https://saasrank.es/datos-estadisticas-de-saas-mercado-apps-en-2021/>